

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengalaman produk dan keanekaragaman produk yang dimediasi oleh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap minat beli ulang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah membeli di Resto Doremi Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, karena semakin tinggi tingkat pengalaman konsumen dalam membeli, maka akan semakin meningkatkan minat pembelian kembali pada resto tersebut. Keanekaragaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, karena semakin tinggi tingkat keanekaragaman produk dalam membeli, maka akan konsumen akan merasa beragam saat memilih produk dan semakin meningkatkan minat pembelian kembali. Pengalaman konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang serta kepuasan konsumen yang menjadi variabel mediasi, karena pengalaman konsumen dalam membeli ulang dapat melalui kepuasan konsumen yang sudah terjadi dipembelian sebelumnya. Keanekaragaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dan kepuasan konsumen yang menjadi variabel mediasi, karena keanekaragaman produk dapat memenuhi keinginan setiap konsumen yang berbeda dan konsumen merasa puas sehingga menciptakan pembelian kembali pada resto tersebut.

Kata kunci: Pengalaman konsumen, keanekaragaman produk, kepuasan konsumen, minat beli ulang.

ABSTRACT

This research aims to test the influence product and product variety which is mediate by consumers satisfaction as intervening variable to buying interest.

The population that used in this research is consumers who has buying at Doremi Resto Surabaya. The sample taking technique using accidental sampling with the sample as many as 100 respondents. The analysis technique that been used is path analysis using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) tool.

The results of this research indicates that consumer experience has a significant effect on repurchase interest, because the higher the level of consumer buying experience, it will further increase the buying interest of the restaurant. Product diversity has a significant influence on repurchase interest, because the higher the level of product diversity in purchasing, the consumer will feel diverse while choosing the product and increasing interest in repurchase. Consumer experience has a significant influence on the interest of buy back and consumer satisfaction which becomes the mediation variable, because the consumer experience in buying repeat can be through customer satisfaction which has been happened previously purchased. The product diversity significantly influences the buying interest and customer satisfaction that becomes the variable of mediation, because the diversity of the product can fulfill the desire of each different consumer and the consumer is satisfied to create the buy back at the restaurant.

Keywords: consumer experience, product diversity, customer satisfaction, re-buying interest.